



Prácticas

Grado en Diseño de Moda



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Prácticas

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Carácter: Prácticas Externas

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 12

Curso: 3º

Semestre: 6º

Profesor/Equipo docente: Dra. Dña. Rocío Gago / D.Ángel Zaragoza

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Conocer, comprender y aplicar los fundamentos teóricos y metodológicos del proceso creativo en el ámbito del diseño de moda.
- Ser capaz de comunicar el concepto y función de un proyecto en el ámbito del diseño de moda.
- Valorar y usar los materiales para producir un diseño de moda y conseguir su correcta expresión y representación técnica.
- Conocer la figura humana para la representación de piezas adaptables a los volúmenes del cuerpo en el ámbito del diseño de moda.
- Saber aplicar las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito de la moda.
- Conocer y comprender la teoría básica del color para crear gamas cromáticas y aplicar estos conocimientos en el diseño de moda.
- Conocer y comprender los conceptos relativos a la vestimenta en las diferentes culturas, épocas y contexto histórico.
- Identificar la estructura empresarial presente en la industria de la moda.
- Promover, desarrollar y evaluar a través del diseño de moda hábitos de consumo sostenible entre los diferentes sectores de la población.
- Ser capaz de concebir ideas y representarlas utilizando las distintas técnicas pictóricas y formas de representación en el ámbito del diseño de moda.

- Desarrollar competencias para el aprendizaje autónomo y la adaptación a las nuevas situaciones de la práctica profesional en el ámbito del diseño de moda.
- Desarrollar el razonamiento crítico y hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional en el ámbito del diseño de moda, actuando con respeto a los principios éticos necesarios.
- Conocer los Fundamentos del Diseño como herramienta experimental de creación de contenidos visuales y conceptuales en el ámbito del Diseño de Moda.
- Aplicar la metodología del Diseño de Moda para elaborar prototipos, prendas y complementos, teniendo en cuenta las dimensiones y las necesidades funcionales del cuerpo humano, sus actividades, sus movimientos y necesidades de vestimenta.
- Conocer y aplicar las técnicas del modelaje como medio técnico para la expresión de ideas de diseño y la creación de un diseño propio en el ámbito del Diseño de Moda.
- Adquirir, comprender y aplicar los conocimientos relativos a las técnicas del Patronaje y la confección de moda a mano y a máquina, necesarios para crear un diseño propio, siendo capaces de interpretar las tendencias del Patronaje actual en el ámbito del Diseño de Moda.
- Conocer y comprender de manera general los conceptos relativos a las características de los diferentes materiales textiles, tejidos naturales, sintéticos y fornituras, su procedencia, composición y textura, para el diseño de moda, así como el conocimiento adecuado del etiquetado y las normativas: abreviaturas y simbologías del tejido.
- Conocer y aplicar las teorías y métodos para el diseño de estampados textiles y analizar la posibilidad del uso de materiales y procesos sostenibles en sus colecciones en el ámbito del Diseño de Moda.
- Conocer las técnicas del retoque fotográfico y la edición digital, y usar las herramientas informáticas adecuadas para la resolución de ejercicios de representación gráfica en el ámbito del Diseño de Moda.
- Poseer y comprender de manera general los conceptos relativos a la ideación de una presentación digital de un proyecto de moda.
- Conocer las técnicas de la fotografía digital para su aplicación en el Diseño de Moda.
- Conocer y comprender las técnicas de dibujo vectorial por ordenador para su uso en la representación de diseños de moda y sus atributos visuales.
- Conocer y aplicar las técnicas básicas de dibujo rápido, boceto, que facilitan su capacidad de expresar sus ideas en el ámbito del Diseño de Moda.
- Conocer y aplicar las técnicas de ilustración combinando técnicas manuales y digitales para la creación de figurines e imágenes que permitan transmitir su concepto de colección personal en el ámbito del Diseño de Moda.
- Analizar los conceptos relativos a la Historia del Traje y la Historia del Arte, sus valores históricos en toda su envergadura social, así como las principales corrientes estéticas y trabajo en esas líneas, aplicando esos conocimientos al diseño de Moda.
- Conocer y aplicar de forma crítica el análisis de tendencias para crear y comunicar una colección de moda, interpretar críticamente una imagen de moda y sus componentes lógico-emocionales y analizar los distintos relatos que vertebran el sistema del lujo y del consumo contemporáneo.
- Conocer y analizar las diferentes áreas de actividad y capacidades profesionales que se pueden desarrollar en la industria de la Moda.
- Conocer las diferentes fases para emprender, idear y desarrollar una marca propia.
- Conocer las necesidades para la industrialización de un producto de Moda, desarrollar la capacidad para transformar un producto de diseño en un producto industrializable.
- Valorar las fases del proceso industrial de la empresa de moda y etiquetar aplicando la nomenclatura, normativa y simbología de la industria de la moda.
- Desarrollar capacidades básicas para entender, analizar, interpretar y anticipar las tendencias en el entorno de la moda identificando los referentes de moda en su entorno y generar pensamiento y capacidad de autocrítica en esta materia.

- Conocer y aplicar vocabulario y nomenclatura de uso en el sector de la moda, su entorno industrial, empresarial y de la comunicación visual y el marketing en lengua española e inglesa.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá aplicar el conocimiento adquirido durante el grado al campo del diseño de moda donde van a realizar sus prácticas externas, programando actividades dentro de ese campo profesional, resolviendo situaciones y problemas, desarrollando recursos que se adapten a las nuevas circunstancias y personas, de una forma ética, correcta, justa e igualitaria.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Los estudiantes deben haber superado el 50% de los créditos necesarios para obtener el título universitario cuyas enseñanzas estuviesen cursando.

2.2. Descripción de los contenidos

Conocimiento del Centro, Institución o Empresa de Prácticas y de las Principales Líneas de Actuación. Planificación de la intervención, la cual dependerá del ámbito dónde el estudiante esté desarrollando sus prácticas.

2.3. Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
Tutorías	20	100%
Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	280	0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

3.2. Criterios de evaluación

Las prácticas en empresas, de 12 ECTS, tendrán un tutor empresarial y un tutor académico. Por parte de la Universidad, guiará el proceso el coordinador del título en colaboración con los profesores responsables de la tutorización de prácticas, que a su vez, trabajarán conjuntamente con el Departamento de Carreras Profesionales.

Convocatoria Ordinaria

Convocatoria Extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Calificación de la memoria de prácticas realizada por el estudiantes	100%

Informe de evaluación por parte de la empresa tras la finalización de las prácticas formativas, realizado por el/la tutor/a empresarial.

Memoria de prácticas del estudiante tras la finalización de las prácticas formativas.

El informe de evaluación del tutor/a empresarial ponderará un 50% sobre la calificación final y la memoria del estudiante un 50%.

4. BIBLIOGRAFÍA

http://www.nebrija.es/rednebrija/documentos/Procedimiento_Practicas_Externa_s.pdf?PHPSESSID=83e3572ee451b257626fe3c7f67f38e5

http://www.nebrija.com/vida_universitaria/practicas/index.php

5. DATOS DEL TUTOR ACADÉMICO DE PRÁCTICAS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES

Nombre y Apellidos	Rocío Gago Gelado
Departamento	Arte
Titulación académica	Doctora y licenciada en Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	mgago@nebrija.es
Localización	Campus Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por email.
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid con la tesis "Análisis del ciberfeminismo en España: discurso teórico y prácticas digitales". Licenciada en C.C. de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. Curso de adaptación Pedagógica (CAP) Especialidad: Lengua Española y Literatura. Miembro del Observatorio de Igualdad y Género de la URJC. Ha trabajado como redactora y locutora en Radio (Cadena SER). Directora de teatro, ha trabajado en televisión en series de ficción española como <i>Los Serrano</i> (Telecinco), <i>Los hombres de Paco</i> (Antena 3), <i>El Barco</i> (Antena 3), <i>Lolita Cabaret</i> (Antena 3), <i>Águila Roja</i> (RTVE), <i>Vis a Vis</i> (Antena 3), entre otras, en los ámbitos de guion, producción, dirección, realización y montaje.

Nombre y Apellidos	Ángel Zaragoza García
Departamento	Publicidad y Marketing
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas
Correo electrónico	azaragoza@nebrija.es
Localización	Campus de Joaquín María López. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciado en CC de la Información por la UCM y Máster en Internet Business por ISDI. Su carrera profesional se ha desarrollado en el área del emprendimiento digital y la consultoría de marketing, simultaneando proyectos en empresas del sector.</p> <p>Es director de Marketing online de la agencia Zeta Punto Comunicación, donde también ha dirigido proyectos de ecommerce como la tienda del concesionario Audi, VW, Skoda, F.Tomé, Laboratorios Farmasierra, Conserva Selección, Gafas de Sol Store, Alex and Ani, etc</p> <p>Fuerte especialización en Apps Mobile con Realidad Aumentada en la empresa Pangea Reality, en la que ha sido responsable de la Dirección Comercial y donde implementa desarrollos móviles B2B, B2E y B2C para clientes como Coca Cola, Bankia, Seat, Grunding, entre otros.</p> <p>Actualmente está desarrollando una startup (MMC) centrada en ofrecer servicios de Marketing Chatbot en el entorno de Facebook.</p>